



TikTok

im Raum von Kirche, Religion und Spiritualität

Termin buchen

www.socialised.de/termin

E-Mail:

Michelle@socialised.de



Die eigentliche Frage ist **nicht**:
„Soll die Kirche auf TikTok sein?“

Sondern:
„Wie erreichen wir Menschen, die
nicht aktiv nach Kirche suchen?“

Auf TikTok erreicht man Menschen oft **vor** dem Kirchenbesuch, vor der Anmeldung zu einer Veranstaltung und vor dem Kontakt mit einer Organisation.

So funktioniert TikTok

01.

- **Videos 15-90 Sekunden**
- **Inhalte werden über den Algorithmus verteilt**

02.

- **Reichweite hängt weniger von Followern ab als bei anderen Plattformen**

03.

- **Gute Inhalte können sofort viele Menschen erreichen**
- **Man postet nicht primär für bestehende Mitglieder.**

Worauf muss ich achten?



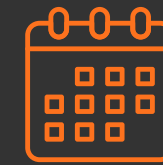
Die ersten Sekunden entscheiden

Nach **1-3 SEKUNDEN** entscheidet der Nutzer ob er weiterschaut oder nicht.



Authentizität schlägt Perfektion

echte Handyvideos statt aufwendig produzierte Imagefilme.
Menschen interessieren sich für Menschen!



Regelmäßigkeit

Lieber **2 Videos pro Woche**, als 20 Videos in einem Monat und danach nichts.

Welche Inhalte funktionieren für Kirchen & soziale Organisationen



Einblicke

- Blick hinter die Kulissen
- Vorbereitungen vor Veranstaltungen
- Gemeindeleben
- Alltag



Fragen beantworten

- Was passiert bei einer Taufe?
 - Warum gibt es Kirchensteuern?
 - Kann ich glauben und zweifeln?
- Interaktion mit den Usern (Kommentare aufgreifen)



Persönliche Geschichten

- Glaubenswege
- Ehrenamt
- Projekte



Reaktionen auf aktuelle Themen

- Einsamkeit
- Sinnfragen
- Krisen
- gesellschaftliche Debatten

Werbeanzeigen

Organische Reichweite

= kostenlose Reichweite durch gute Inhalte

Werbeanzeigen

= gezielte Ausspielung an bestimmte Menschen



Gezielte Sichtbarkeit

Beispiel:
Eine Jugendfreizeit findet statt.

Ohne Anzeigen erfahren nur Menschen davon, die bereits verbunden sind.

Mit Anzeigen erreichen wir gezielt auch diejenigen, die bislang keinen Kontakt zur Kirche haben.



Messbarkeit

Durch Werbeanzeigen und passend eingerichteten Tracking Systemen, können wir genaue Ergebniszahlen liefern.

→ Genaue Zahlen über z.B: erreichte User, Klicks, Leads oder Conversions



Ziele erreichen

Durch passende Werbeanzeigen in Kombination mit perfektem Tracking, kann der Algorithmus die User gezielt ansprechen, welche das gewünschte Ziel erfüllen.



Relevanz statt Streuverlust

Nicht möglichst viele Menschen erreichen, sondern die richtigen Menschen mit einer passenden Botschaft.

Mit Tik Tok-Anzeigen können Inhalte gezielter dort auftauchen, wo sie inhaltlich passen.

Beispiel: Eine Veranstaltung für Jugendliche → junge Menschen in der Region erreichen

Wann sind Werbeanzeigen sinnvoll?



Veranstaltungen bewerben

- Jugendfreizeit
- Glaubenskurse
- Konzerte



Engagement fördern

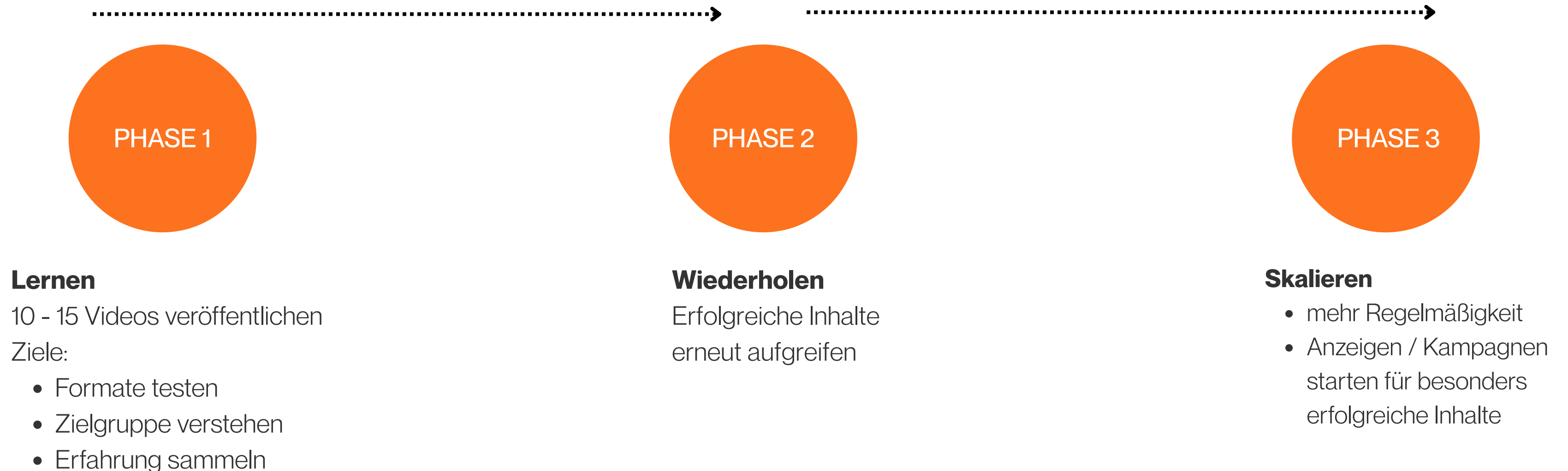
- Ehrenamtliche gewinnen
- Freiwilligendienste



Themen sichtbar machen

- soziale Projekte
- Kirche neu entdecken
- Glaube und Alltag

Kanal aufbauen - Die ersten 90 Tage



Unsere wichtigsten Learnings (allgemein)

Was häufig funktioniert

- echte Personen
- klare Botschaft
- kurze Videos
- konkrete Fragen
- Geschichten

Was oft nicht funktioniert

- lange Erklärungen
- reine Imagefilme
- Behörden- oder Pressesprache
- zu viele Informationen in einem Video

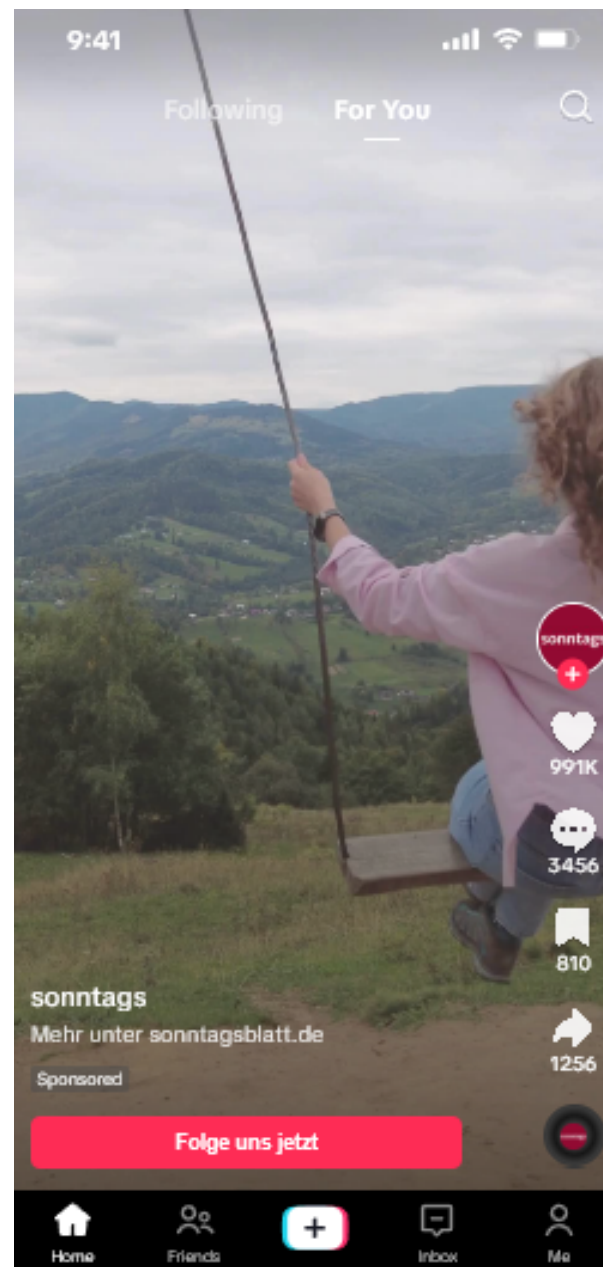
Beispielrechnung

100 € Werbebudget → mehrere Tausend Videoaufrufe möglich → Interessenten klicken auf z.B. die Veranstaltung
→ Anmeldungen oder neue Kontakte

Wichtig

Nicht jeder Klick führt sofort zu einer Anmeldung. TikTok wirkt oft als erster Berührungspunkt.

Praxisbeispiel



Klicks (alle)	8.694
CTR (alle)	0,66%
Reichweite	573.866
Impressionen	1.322.818
CPM	0,82 EUR
Videoaufrufe	1.302.401
Kosten	1.082,93 EUR



Klicks (alle)	1.578
CTR (alle)	0,72%
Reichweite	138.976
Impressionen	218.215
CPM	0,44 EUR
Videoaufrufe	215.960
Kosten	95,04 EUR

Risiken und Grenzen

Herausforderungen

- Regelmäßigkeit erforderlich
- Kommentare müssen moderiert werden
- Erfolg kommt selten über Nacht

Nicht jedes Thema passt

- Persönliche Ansprache
- individuelle Glaubens- oder Lebensfragen
- “Werbeanzeigenrichtlinien”

→ Gesundheit, Psyche oder soziale Problemlagen | Politische Themen | Direkte Ansprache

Drei Gedanken zum Mitnehmen

1.

TikTok ist ein Ort der Aufmerksamkeit

2.

Menschen folgen Menschen, nicht Institutionen.

3.

Kirche muss nicht jeden Trend mitmachen – aber dort sichtbar sein, wo Menschen nach Orientierung suchen.

Wir unterstützen gerne bei u.a.:

- Kampagnensteuerung & Verwaltung (Mediaplaning & -buying)
- Präzises Veranstaltungs- & Event-Marketing mit Pixel und CAPI (Conversion Tracking)
- Dynamische Kataloganbindung: Wir spiegeln das Produktsortiment direkt an den TikTok Algorithmus & das Business Center
- Geotargeting für lokale Gemeinden & Mitgliederbindung
- HR- & Recruiting-Kampagnen gegen den Fachkräftemangel
- “Mikro-Spenden” & Fundraising für soziale Projekte
- Content Beratung, Begleitung & Erstellung - auch als 2. Meinung

KONTAKTIERE UNS

Termine buchen
www.socialised.de/termin

E-mail
michelle@socialised.de